

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *STORE IMAGE*, DAN *PROMOTION* TERHADAP *BRAND EXPERIENCE*, *TRUST*, DAN *COMMITMENT* PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN JALAN RAYA DARMO SURABAYA



OLEH:

TAN FUK JIANG

3103010002

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

TAHUN 2014

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *STORE
IMAGE*, DAN *PROMOTION* TERHADAP *BRAND EXPERIENCE*,
TRUST, DAN *COMMITMENT* PADA KENTUCKY FRIED
CHICKEN JALAN RAYA DARMO SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
TAN FUK JIANG

3103010002

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

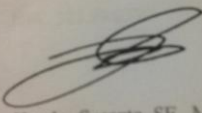
**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *STORE IMAGE*, DAN *PROMOTION* TERHADAP *BRAND EXPERIENCE*, *TRUST*, DAN *COMMITMENT* PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN
JALAN RAYA DARMO SURABAYA**

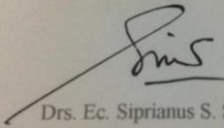
Oleh:

TAN FUK JIANG

3103010002

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

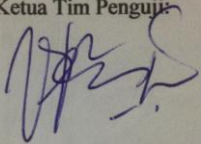
Pembimbing I,

Hendro Susanto, SE., MM

Pembimbing II,

Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Tan Fuk Jiang, NRP: 3103010002

Telah diuji pada tahun 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:

Veronika Rahmawati, SE., M.Si
NIK. 311.98.0361

Mengetahui:

<p>Dekan,  Dr. Lodovikus Lasdi, SE., MM NIK. 321.99.0370</p>	<p>Ketua Jurusan,  Elisabeth Supriharyanti, SE., MSi NIK. 311.89.0163</p>
---	--

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tan Fuk Jiang

NRP : 3103010002

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality, Service Quality, Store Image, Dan Promotion Terhadap Brand Experience, Trust, Dan Commitment* Pada Kentucky Fried Chicken Jalan Raya Darmo Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul " Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality*, *Store Image*, Dan *Promotion* Terhadap *Brand Experience*, *Trust*, Dan *Commitment* Pada Kentucky Fried Chicken Jalan Raya Darmo Surabaya." Adapun penyusunan skripsi ini adalah persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., MSi., selaku Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, dan selaku dosen wali yang membimbing dan memberi arahan dalam menimba ilmu.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekertaris Jurusan Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
4. Bapak Hendro Susanto, SE., MM, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberi seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
8. Kepada Tan Jiauw Hwa dan Tjan Sioe Lie selaku kedua orang tua yang memberi dukungan dalam moral dan materil serta doa bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada Alfonsus Liguori David, Mario Aditya, Henry Stefanus, Pieter Budiono dan Erwin Tanumidjaja yang selalu mendukung dan memberi arahan bagi penulis serta menemani dalam kondisi tersulit hingga terselesaikannya skripsi dengan baik.
10. Teman-teman seperjuangan saya, Stefany Lestari, Aditya Kristian, Martin Rumengan, dan Yemima Septiari yang menemani hingga skripsi terselesaikan dengan baik.
11. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang telah memberikan dukungan serta semangat yang berarti bagi penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih.

Surabaya, 21 Juli 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	01
1.1 Latar Belakang	01
1.2 Rumusan Masalah.....	04
1.3 Tujuan Penelitian	04
1.4 Manfaat Penelitian	05
1.5 Sistematika Penulisan	06
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	08
2.1 Penelitian Terdahulu	08
2.2 Landasan Teori	09
1. <i>Product Quality</i>	09
2. <i>Service Quality</i>	10
3. <i>Store Image</i>	11
4. <i>Promotion</i>	12

5.	<i>Brand Experience</i>	13
6.	<i>Trust</i>	16
7.	<i>Commitment</i>	17
5.	Pengaruh Antara <i>Service Quality</i> , <i>Brand Equity</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , Dan <i>Customer Loyalty</i>	18
2.3	Model Penelitian	22
2.4	Hipotesis	23
BAB 3	METODE PENELITIAN	24
3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Identifikasi Variabel.....	24
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	24
1.	<i>Product Quality</i>	24
2.	<i>Service Quality</i>	25
3.	<i>Store Image</i>	25
4.	<i>Promotion</i>	26
5.	<i>Brand Experience</i>	26
6.	<i>Trust</i>	27
7.	<i>Commitment</i>	27
3.4	Pengukuran Variabel	28
3.5	Jenis dan Sumber Data	28
1.	Jenis Data	29
2.	Sumber Data	29
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
1.	Alat Pengumpulan Data	29
2.	Metode Pengumpulan Data	29
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
1.	Populasi.....	30

2.Sampel	30
3.Teknik Pengambilan Sampel	30
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
1.Uji Nomalitas Data	31
2.Uji Asumsi Multikolinearitas	31
3.Uji Kecocokan Seluruh Model	31
4.Uji Validitas	32
5.Uji Reliabilitas.....	32
6.Uji Hipotesis.....	32
3.9 Persamaan Regresi	33
BAB 4 ANALISIS dan PEMBAHASAN.....	34
4.1 Sampel penelitian.....	34
4.2 Deskripsi Variabel Peneltian	34
1. Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	35
2. Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	36
1. Deskripsi Variabel <i>Store Image</i>	37
2. Deskripsi Variabel <i>Promotion</i>	38
3. Deskripsi Variabel <i>Brand Experience</i>	38
3. Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	39
4. Deskripsi Variabel <i>Commitment</i>	40
4.3 Analisis Data	40
1.Uji Nomalitas Data	40
2.Uji Asumsi Multikolinearitas	42
3.Uji Kecocokan Seluruh Model	43
4.Uji Validitas	44
5.Uji Reliabilitas.....	45
6.Uji Kecocokan Model Struktural	46

7. Uji Hipotesis.....	46
4.4 Pembahasan	47
1. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Brand Experience</i>	47
2. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Brand Experience</i>	48
3. Pengaruh <i>Store Image</i> Terhadap <i>Brand Experience</i>	49
4. Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Brand Experience</i>	49
5. Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Trust</i>	50
6. Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Commitment</i>	50
7. Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Commitment</i>	51
BAB 5 SIMPULAN dan SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jumlah Sampel.....	34
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor	35
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	35
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	36
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Store Image</i>	37
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel <i>Promotion</i>	38
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>Brand Experience</i>	38
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	39
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel <i>Commitment</i>	40
Tabel 4.10 Pengujian Normalitas <i>Univariate</i>	41
Tabel 4.11 Pengujian Normalitas <i>Multivariate</i>	42
Tabel 4.12 Koefisien Korelasi Variabel Independent	43
Tabel 4.13 Pengujian Model <i>fit</i>	43
Tabel 4.14 Pengujian Validitas.....	44
Tabel 4.15 Pengujian Reliabilitas.....	46
Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	22

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner
- Lampiran 2: Hasil Kuesioner
- Lampiran 3: karakteristik Responden
- Lampiran 4: Statistik Deskriptif
- Lampiran 5: Uji Validitas
- Lampiran 6: Uji Reliabilitas
- Lampiran 7: Uji Normalitas
- Lampiran 8: Output Lisrel
- Lampiran 9: Path Diagram

PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *STORE IMAGE*, DAN *PROMOTION* TERHADAP *BRAND EXPERIENCE*, *TRUST*, DAN *COMMITMENT* PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN JALAN RAYA DARMO SURABAYA

**Tan Fuk Jiang
Fukjiang@yahoo.co.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Product Quality*, *Service Quality*, *Store Image*, dan *Promotion* Terhadap *Brand Experience*, *Trust*, dan *Commitment* pada Kentucky Fried Chicken jalan raya darmo Surabaya.

Penelitian ini melibatkan pelanggan Kentucky Fried Chicken jalan raya darmo Surabaya. Sampel penelitian sebanyak 200 responden yang akan dianalisis dengan menggunakan model persamaan structural (SEM) dengan menggunakan program LISREL 8.70.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Product Quality*, *Service Quality*, *Store Image*, dan *Promotion* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Experience*. *Brand Experience* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Trust*, dan *Commitment*.

Kata Kunci : *Product Quality*, *Service Quality*, *Store Image*, *Promotion*, *Brand Experience*, *Trust*, dan *Commitment*.

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY,
STORE IMAGE, AND PROMOTION OF BRAND EXPERIENCE,
TRUST, AND COMMITMENT IN KENTUCKY FRIED CHICKEN
HIGHWAY DARMO SURABAYA**

**Tan Fuk Jiang
Fukjiang@yahoo.com**

ABSTRACT

This study aimed to test the impact of Product Quality, Service Quality, Store Image, and Promotion on Brand Experience, Trust, and Commitment at Kentucky Fried Chicken on Darmo street Surabaya.

The study involved the customers of the restourant. the sample of this study is 200 persons. The data would be analyzed with the structural equation modeling (SEM) using LISREL 8.70 program.

The conclusion of this study is the Product Quality, Service Quality, Store Image, and Promotion have a significant effect on Brand Experience. Brand Experience also have a significant impact on Trust, and Commitment.

Keyword: *Product Quality, Service Quality, Store Image, Promotion, Brand Experience, Trust, and Commitment.*